



**SAVONIA**

VALITSE KOHDE.

ITSE KOHDE.

# OPINNÄYTETYÖ

Vegaaninen Ruokakoju WeGeWish

TE -

KIJÄ:

Sandra Heikkinen MRA4SRA

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalan tutkinto-ohjelma			
Työn tekijä(t) Sandra Heikkinen			
Työn nimi Vegaaninen ruokakoju WeGeWish			
Päiväys	15.12.2017	Sivumäärä/Liitteet	23 + 6
Ohjaaja(t) Kai Selander, Seija Mäki			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) ei ole			
<p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus tutustua oman yrityksen perustamiseen ja suunnitella tuotteet ja imago yritykselle. Otin selvää, mitä kaikkea oman yrityksen perustamiseen tarvitaan luvista lähtien. Suomen lait ovat hyvin tiukat, joten monta asiaa piti selvittää. Saimme kaverini kanssa idean perustaa yritys, ja sen pohjalta päätin tehdä myös tämän opinnäytetyön. Suunnittelin yrityksen liikeidean, ja sen pohjalta rakensin yritykselle strategian ja markkinointisuunnitelman.</p> <p>Opinnäytetyötä varten tutkin vegaanista ruokavaliota. Opin hyvin paljon matkan varrella ja suhtautumiseni vegaaniseen ruokaan on muuttunut hyvin paljon. Uusi asia oli myös budjetointi. Aikaisemmin olin lukenut siitä vain teoriassa, nyt jouduin tekemään sitä ihan käytännössä. Hain hyvin paljon tietoe eri tietolähteistä. Pääasiassa käytin nettiä, johon otin tueksi myös kirjallisuutta. Tekstissä näkyy hyvin paljon minun omia ajatuksiani, koska olen pohjittanut aihetta jo hyvin pitkään. Lisäksi opiskeluaikana kokemani kokemukset ja uudet tuttavat ovat antaneet minulle hyvin paljon uudenlaista informaatiota.</p> <p>Opinnäytetyössä esittelen yrityksen, joka on melkein valmis perustettavaksi. Tästä on paljon helpompi lähteä perustamaan yritystä ihan todellisessa elämässä, mikä onkin suunnitelmissa lähitulevaisuudessa. Opinnäytetyöllä on lähinnä minulle hyöty, muille lukijalle tämä opinnäytetyö on lähinnä malliesimerkki yrityksen perustamisesta. Teoriaosuutta löytyy oman yrityksen perustamisesta sekä liikeidean määrittämisestä, sekä yrityksen missiosta, visiosta ja strategiasta. Myös tuotetestauksessa, markkinointiosuudessa ja taloussuunnitelmasta löytyy teoriapohjaa.</p>			
<p><b>Avainsanat</b> Yrittäjyys, vegaaniruoka, budjetointi, markkinointi, tuotetestaus</p>			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Hotel and Restaurant Management			
Author(s) Sandra Heikkinen			
Title of Thesis Vegan foodstand WeGeWish			
Date	15.12.2017	Pages/Appendices	23 + 6
Supervisor(s) Kai Selander, Seija Mäki			
Client Organisation /Partners don't have			
<p>Abstract</p> <p>This Thesis was supposed orient how to establish a new company, which includes designing products and image for the company. I found out what it takes to establish your own company, including permits. My friend and I got an idea to establish our own company and because of that I decided to write a Thesis based on that idea. Finnish laws are very strict, so there were a lot of information I had to gather of that subject. I planned a business idea and based on that I created a strategy and marketing plan for the company.</p> <p>I studied a lot about vegan food for this Thesis. My knowledge grew along the way, and I also discovered that my attitude for vegan food changed a lot. Also, a new thing for me was budgeting. I have read about it before only in theory, but now I had to do it in practice. I searched information from different sources. I used internet a lot, but I also found information from books. I have been interested in this subject for a long time and due to that there are a lot of my own thoughts in the text. All my experiences and the new people I have met during my studies have also taught me a lot, and it has given me different views of vegan food.</p> <p>In my Thesis I demonstrate a company which is almost ready for establish. Now it will be easier to start my own company in real life, which is my plan in the future. I think that this Thesis is more useful for me, for other readers it is more like a showpiece of how to establish your own company. The theoretical part is about establishment of the company and defining a business idea, about the mission, the vision and the strategy of the company. Also there is theoretical part about the product testing, marketing and financial planning.</p>			
<p>Keywords</p> <p>entrepreneurship, vegan food, budgeting, marketing, product testing</p>			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet .....	6
1.2	Toimialan esittely .....	6
2	YRITYKSEN PERUSTAMINEN .....	8
2.1	Edellytykset .....	8
2.2	Rekisteröinti ja luvat .....	10
3	WEGEWISH - YRITYSIDEA .....	10
3.1	Missio, visio ja liikeidea .....	10
3.2	Strategia .....	11
4	VEGAANIRUOKA.....	13
4.1	Reseptiikka .....	14
4.2	Tuotetestaus .....	14
5	MARKKINOINTISUUNNITELMA .....	18
5.1	Somemarkkinointi .....	21
5.2	Markkinointitilanne .....	22
6	TALOUSSUUNNITELMA .....	23
6.1	Investoinnit ja hankinnat .....	24
6.2	Laskelmat.....	25
6.3	Festariaikataulu .....	29
7	RISKIT .....	30
8	OPINÄYTETYÖN MERKITYS JA TOTEUTUS.....	30
8.1	Merkitys .....	30
8.2	Toteutus .....	31
9	LIITTEET .....	32
10	LÄHTEET .....	34

Aiheen valinta oli melko helppoa, se syntyi vähän niin kuin itsestään. Keksimme kaverin kanssa kehittää pienen projektin, ja vasta sen jälkeen sain idean tehdä tästä myös opinnäytetyön. Olemme päättäneet perustaa vegaanisen ruokakojun nimeltä WeGeWish. Yrittäminen on jo pitkään aika kiinnostanut minua ja nyt haluan vihdoin kokeilla, mitä se oikeasti on. Ravintola-alalla toimii todella paljon itsenäisiä yrittäjiä, joten aiheeni liittyy todella vahvasti opiskelemaani alaani. Lisäksi haluan kehittää trendikkään tuotteen, jolla on kysyntää. Olen miettinyt segmentointia ja lukenut aiheesta sosiaalisen median eri kanavilla. Aihe on myös hyvin tärkeä, sillä nuoria kannustetaan itsenäiseen yrittämiseen. Se olisikin hyvä, että nuoret saisivat lisää tietoa oman yrityksen perustamiseen.

Lisäksi veganismi aiheena on alkanut kiinnostamaan minua entistä enemmän. Nuorena aikuisena itsekkin olen ruvennut kiinnittämään huomiota ruokavalioon, terveyteeni ja olen alkanut tiedostamaan niiden tärkeyttä. Myös eettisyys on alkanut herättämään mielenkiintoa ja se on tuottanut erilaisia ajatuksia. En väitä, etteikö sosiaalinen media olisi edes osaksi tämän takana. Nykypäivänä sosiaalisella medialla eli ”somella” on taipumus vaikuttaa meidän mielipiteisiin, käyttäytymiseen ja tapoihin. Mutta jos sen takia aloitan syömään terveellisemmin tai kiinnitan huomiota siihen, mitä ostan ja miksi, en pidä sitä välttämättä huonona asiana. Juuri sosiaalinen media on tuonut kaikkein eniten esille faktoja esimerkiksi eläinten raa’asta ja epäeettisestä tehotuotannosta. Uskon, että tämä on yksi niistä tekijöistä, jonka takia moni onkin halunnut ryhtyä vegaaniksi.

Syy, miksi päätimme kaverini kanssa perustaa vegaanisen ruokakojun, onkin juurikin tämä. Kuten monelle muulle, sosiaalinen media on näyttänyt myös meille, miten huonosti ja väärin eläimiä kohdellaan maailmalla lihan tuottamista varten. Emme ole itse vegaaneja, mutta aihe kiinnostaa meitä ja haluamme antaa tukemme muille vegaaniyhteisölle. Haluan mahdollistaa myös heille mahtavan kokemuksen festareilla, ja poistaa sen ongelman, minkä he hyvin usein kohtaavat mennessään syömään jonnekin. Hyvin usein käy niin, että vegaanit eivät voi syödä yhtäkään annosta listalta, koska annokset sisältävät jonkin eläinperäisen raaka-aineen. Monet ravintolat suostuvat muokkaamaan annoksia, mutta samalla annoksesta saattaa kadota se, mikä tekee siitä loistavan ja maukkaan. Yleensä muokattu annos on vain varjo itsestään. Meidän ruokakojussa heillä ei ole sitä ongelmaa. Annokset on mietitty tarkasti ja huolella testattu, eikä vegaaneiden tarvitse missään vaiheessa miettiä sitä, voivatko he syödä vai eivät. Haluan, että myös vegaanit pystyvät huolettomasti ja vaivattomasti tilaamaan mielestään ruokaa ja silti pitämään periaatteistaan ja elämäntavoistaan kiinni. Ruokakojumme menu ei sulje kenenkään muunkaan ruokavaliota kokonaan pois, joten tämä on täydellistä ruokaa koko festarikansalle.

Toimeksiantajaa ei minulla varsinaisesti ole, olen tavallaan itse oma toimeksiantajani. Tarkoitukseni ja tavoitteeni on siis selvittää, miten perustaa ensimmäinen oma yritys nuorena henkilönä ja miten se saadaan myös toimimaan. Aluksi perustan tämän yrityksen ns. paperille. Aikataulumme mukaan VeGeWishin olisi tarkoitus aloittaa aktiivinen toimintansa kesällä 2018.

## 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tässä opinnäytetyössä olisi siis kyseessä kehittämistyö. Perustan yrityksen kaverini kanssa ja kehittelemme sitä sitten tarpeen mukaan. Suunnittelemme ja toteutamme vegaanisen ruokakojun nimeltä WeGeWish. Luon suunnitelman ja perustan tämän yrityksen ns. paperille ja toteutamme tämän sitten yhdessä tulevaisuudessa, suunnitelmamme mukaan ensi vuonna. Konseptimme on tarkoitus olla rento ja helposti lähestyttävä ruokakoju, jonka tuotteeksi aiomme kehittää mättöruokaa vegaaneille. Festareilla ei ruokatarjonta ole kovin vegaaniystävällistä ja haluamme tehdä siihen muutoksen tarjoamalla asiakkaille pelkästään vegaanista ruokaa mahdollisimman ekologisesti valmistettuna ja myytynä. Samalla haluamme myös rikkoa vegaaniruokaan kohdistuvia ennakkoluuloja.

Tavoitteena on tarjota ruokaa nuorille aikuisille, jotka tiedostavat trendejä ja ovat yhä enemmän kiinnostuneita veganismista. Vegaaninen ruokavalio onkin tällä hetkellä hyvin trendikästä, eivätkä monet festarit välttämättä pysty tarjoamaan näille nuorille vegaaneille kunnollista festariruokaa. Monilla festareilla on vaatimuksena se, että menusta löytyy vähintään yksi kasvis-tai vegaanivaihtoehto. Se ei kuitenkaan takaa monipuolista tarjontaa vegaaneille ja monet ruokakojut saattavatkin tyytyä pelkkään kasvisvaihtoehtoon. Meidän tarkoituksemme ei ole tarjota ”terveellistä ruokaa”. Haluamme antaa myös vegaaneille mahdollisuuden herkutella ja mässäillä rasvaisella ruualla. Aiomme valjastaa käyttöömmä ”vihiksen” eli kasvisversion perinteisestä lihapiirakasta. Täytteet olisivat kasvistäytteitä. Myös muita vegaanivaihtoehtoja olemme kehitelleet. Rennon ilmapiiriin haluamme saavuttaa erilaisilla sisustuselementeillä: ajoimme hankkia esimerkiksi säkkituolia, retkituolia ja räsymattoja kojun ulkopuolelle sekä asennamme kaiuttimen kojuun. Vaikka festareilla musiikki kuuluu ympäri alueen koko ajan, olisi kiva kuunnella sitä myös ruokaa ostaessa. Halutessaan asiakkaat voivat viihtyä kojumme äärellä pidempäänkin, mikä saattaa tuoda meille lisämyyntiä sekä tunnettavuutta.

Tähän vegaaniseen mättöruokaan olen saanut jonkun verran vaikutteita Facebookissa toimivasta Sipsi-kalja-vegaanit-ryhmästä, jossa ryhmän jäsenet jakavat kuvia ja reseptejä vegaanisista herkutteluruuista. Tarkoitus ei siis ole jakaa terveellisiä reseptejä, vaan valmistaa kunnon mättösafkaa vegaanisesti valmistettuna. Siksi asiakasryhmämme on ns. vegaanista bilekansaa. Kenelle nyt ei maistuisi kostean festari-illan jälkeen suolainen ja rasvainen vihis kaikilla mausteilla?

## 1.2 Toimialan esittely

Liikkuva elintarvikehuoneisto on elintarvikehuoneisto, jota voidaan siirtää paikasta toiseen ja siinä toteutetaan ulkomyyntiä. Tällaista toimintaa voidaan toteuttaa esimerkiksi food truckissa eli ruokarekassa, teltassa, kojussa, pyörällä tai jollain muulla liikkuvalla välineellä. Liikkuvalla elintarvikehuoneistolla ei siis ole pysyvää myyntipaikkaa, vaan paikka vaihtelee tasaisin väliajoin. Monesti liikkuvat elintarvikehuoneistot esiintyvät toreilla, festareilla ja muissa tapahtumissa. Liikkuvasta elintarvikehuoneistosta on tehtävä rekisteröinti-ilmoitus sekä ilmoitus alueella toimivalle valvontayksikölle. (Ympäristökeskus. 2015.)

Liikkuvassa elintarvikehuoneistossa, kuten ruokakioskissa, ruoan valmistus tapahtuu tiskillä lämmittämällä tai muulla tavalla. Asiakkaalla ei ole käytössä sisätilaa, mutta kioskin ulkopuolella voi olla istumapaikkoja. Ruokakioskeissa tuotevalikoima on yleensä aika yksinkertaista ja suppea: sieltä on mahdollista saada esimerkiksi burgereita, makkaraperunoita, kebabia, lihapiirakoita, pizzapaloja ja muuta sellaista helppoa syötävää. Lisäksi yleensä myynnissä on myös virvoitusjuomia tai kahvia. Makeisten ja jäätelön myynti ei kuulu ruokakioskit-kategoriaan. (Ympäristökeskus. 2015.)

Tarkoitukseni olisi perustaa ruokakoju, josta saa vegaaniruokaa. Kiertelen kaverini kanssa kesällä Suomen festareilla myymässä trendikästä vegaaniruokaa nuorille, mutta miksei myös vanhemmallekin festarikansalle. Konseptiin ei kuulu ainoastaan vegaaniruoka, vaan mahdollisimman helposti lähestyttävä ruokakoju. Tarkoitus ei ole myydä ainoastaan ruokaa luukulta, vaan panostaa asiakkaan tyytyväisyyteen ja mukavuuteen mahdollisuuksien mukaan samalla korostaen ekologisuutta. Käytämme Naturesse®:sen biohajoavia kertakäyttöastioita, jotka on valmistettu ylijääneestä bambulehdestä, sokeriruosta ja biomuovista (MT Company Oy, 2017). Tavoitteena olisi tuottaa mahdollisimman vähän muovijätettä ja hankkia kaikki laitteet käytettynä.

Haluamme panostaa asiakkaiden mukavuuteen. Vaikka festareilla ollaankin, ja musiikki raikuu koko alueella, tarkoitus olisi siitä huolimatta asentaa pieni kaiutin kojuun kylkeen, josta voimme soittaa omaksi ja asiakkaiden iloksi hyvän mielen musiikkia. Tässä asiassa otamme huomioon myyntipaikan ja sen vaatimukset. Haluamme, että asiakaspalvelu olisi mahdollisimman tuttavallista ja asiakaslähtöistä. Pyrimme luomaan ruokakojuun rennon ja hyvän tunnelman, jossa syömisen lisäksi asiakkaat voisivat tulla vaihtamaan kuulumisia tai vaikka vähän tanssimaan. Kojun ulkopuolelle asettelemme hieman istumapaikkoja, tarkoitus olisi käyttää käytettyjä säkkituoleja ja retkituolia. Lisäksi levitämme maahan räsymattoja. Suomen sään tuntien nämä mukavuuden eivät ole aina mahdollista asettaa paikoilleen, mutta sateen lakattu ne on helppoa ja nopeaa pistää paikalleen. Tähän kaikkeen yhdistämme somemarkkinoinnin, jolla olisi tarkoitus saada näkyvyyttä ja tunnettavuutta nuorten ihmisten parissa. Haluamme perustaa oman YouTube-kanavan, missä kerromme festareiden välissä tapahtuvista valmisteluista, julkaisemme seuraavan myyntipaikan ja näytämme meidän arkipäiväämme festaripaikoilla. Lisäksi käytämme aktiivisesti Snapchatiä, Instagramia ja Facebookia. Meidän tavoitteena olisi päästä Flow Festivaliin myymään, koska nämä festarit ovat yksi Suomen suurimpia musiikki- ja ruoka-festareita.

## 2 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

### 2.1 Edellytykset

Oman yrityksen perustaminen edellyttää hyvin vakavaa ajatustyötä, harkintaa ja suunnittelua. Yritystä ei voi vaan perustaa, vaan siihen on oltava tarpeelliset ehdot, jotka täytyvät. Ihan ensimmäisenä täytyy miettiä, mitä on valmis laittamaan ns. likoon, jotta yritys saataisiin perustettua. Eikä tässä tarkoiteta ainoastaan rahallista osuutta. Yrittäjän täytyy olla ahkera, vastuullinen ja päättäväinen onnistuakseen yrityksessään. Myös kärsivällisyyttä täytyy olla, uusi yritys ei yleensä heti ala tuottamaan miljoonia. Alan ammattitaitoa sekä liiketaloudellista osaamista olisi myös hyvä löytyä, jotta yrityksellä olisi vakaampi pohja enemmän uskottavuutta. Todella pitkät työajat kuuluvat monesti yrittäjän arkeen ja siihen on hyvä valmistaa itsensä. ”Kimppayrittäminen” voi monessa tapauksessa olla helpompi vaihtoehto, koska vastuutta pääsee jakamaan ja kumppaneiden osaaminen voi täydentää toisiaan. Kun nämä perusedellytykset täyttyvät, ruvetaan miettimään myytävää tuotetta tai palvelua eli liikeideaa: mitä me myymme? Tässä vaiheessa luovuus tulee kuvioon. Tuotteen täytyy jollain tavalla erota jo markkinoilla olevista tuotteista tai sen täytyy olla kokonaan uusi tuote markkinoilla. Tämän lisäksi on löydettävä myös sopiva markkinarako eli kenelle me tuotetta myymme. Tuote tarvitsee aina ostajia, muuten yritys ei saa tuottoa tuotteestaan eikä pääse menestymään. Tuotteella täytyy olla sopivia ostajia ja näin ollen tuotteen on tyydytettävä ostajansa ja vastattava ostajien tarpeisiin ja haluihin. Yrityksellä on myös rajoittavia tekijöitä, mutta yksi on ylitse muiden: raha. Ilman rahaa ei yritystä voi perustaa ollenkaan. Yrittäjän on aina sijoitettava omaa omaisuuttaan uuden yrityksen perustamiseen, mutta hänen on löydettävä ja hyödynnettävä muita rahanlähteitä, kuten pankkilaina ja erilaiset yritystuet. Tätä varten tarvitaan toimivat rahoituslaskelmat, joita mm. pankit edellyttävät lainan myöntämiseksi. Seuraavaksi onkin sitten vuorossa yrityksen perustaminen (Heikkilä ja Viljanen 2000, 94–96; Raatikainen, L 2012, 86).

Oman yrityksen aloittaminen alkaa yritysmuodon määrittelemisestä. Suomessa on viisi erilaista yritysmuotoa, joita avaan seuraavaksi luettelomaisesti enemmän. Yritysmuodot ovat yksityisyritys, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö sekä osuuskunta.

1. **Yksityisyritys** on yhden henkilön omistama yritys, jota hän voi hoitaa myös puolisonsa kanssa. Yrityksen rahoituksesta vastaa omistaja omalla yksityisellään omaisuudellaan. Hän on yksin vastuussa kaikesta, myös veloista. Siitä huolimatta hän joutuu erottamaan kirjanpidollisesti yksitasomaisuutensa ja yhtiön omaisuuden, mutta voi halutessaan vapaasti nostaa yrityksen omaisuutta ja siirtää yksitasomaisuuteensa ja toisinpäin sijoittaa omaa omaisuuttaan yritykseen. Päätöksenteko on myös vain hänen vastuullaan.
2. **Avoimessa yhtiössä** voi olla kaksi tai useampi yrittäjä ja heitä kutsutaan yhtiömiehiksi. Sijoitukset ja aktiivisen osallistumisen yrityksen asioiden hoitamiseen he jakavat keskenään sovittavalla tavalla. Kaikilla on sama oikeus edustaa yhtiötä ja päättää sen asioista. Kaikki ovat kiinni yhtiössä omalla omaisuudellaan ja vastaavat sillä kuin omasta, myös toisten osuudesta yhtiössä. Yhtiömiehillä on vapaa oikeus päättää voiton tai tappion jakamisesta, yleensä se



jaetaan joko oman panoksen mukaan tai solidaarisuuden nimissä tasan. Tämä yhtiömuoto vaatii vahvaa luottamussuhdetta yhtiömiesten välillä.

3. **Kommandiittiyhtiössä** voi olla myös kaksi tai useampi yrittäjä mukana, mutta kaikki yhtiömiehet eivät ole tasa-arvoisia. Tässä yhtiömuodossa on vastuunalaisia sekä äänettömiä yhtiönmiehiä. Vastuunalaisilla yhtiömiehillä on samat vastuut ja oikeudet kuin avoimessa yhtiössä. He hoitavat yritystä ja tekevät kaikki päätökset, mutta ovat kiinni yrityksessä koko omaisuudellaan. Äänettömät yhtiömiehet eivät vastaa yrityksen toiminnasta eivätkä tee päätöksiä, he vain rahoittavat yrityksen toimintaa. Äänettömien yhtiömiesten sijoitukset saattavat olla paljon isommat kuin vastuunalaisten yhtiömiesten. Äänettömät eivät kuitenkaan vastaa yrityksestä koko omaisuudellaan, pelkästään sijoittamallaan osuudellaan. He eivät suorita yhtiön velkoja.
4. **Osakeyhtiö** koostuu osakkaista, jotka omistavat yrityksestä tietyn verran osakkeita. Osakepääoma koostuu osakkeiden summasta ja osakkaiden osuus pääomasta koostuu omistettujen osakkeiden määrästä. Osakkaat vastaavat yrityksestä ainoastaan sijoittamallaan osuudellaan. Osakkeenomistajia voi olla yksi, mutta yleensä heitä on enemmän. Osakkeenomistajina voi toimia yksityishenkilön lisäksi myös yritykset, esimerkiksi joku toinen osakeyhtiö. Tämä oli vain karkea määritelmä osakeyhtiöstä, mutta periaatteessa se toimii näin. Osakeyhtiölaki on hyvin perusteellinen, joten sen takia määrittelen tämän yhtiömuodon näin suppeasti. Osakeyhtiö on Suomen yleisin yritysmuoto.
5. **Osuuskunnan** perustamiseen tarvitaan vähintään viisi jäsentä, ellei perustajina ole osuuskuntia tai muita yhteisöjä. Silloin tarvitsee olla vähintään kolme jäsentä. Osuuskunta eroaa hyvin paljon muista yhtiömuodoista. Osuuskunnassa on jäseniä, jotka maksavat osuusmaksuja ja niistä muodostuu pääoma. Osuuskuntaan liittymisessä saattaa olla myös jonkinlaisia liittymismaksuja. Monet osuuskunnat harjoittavat tuotanto- ja myyntitoimintaa kuten muutkin yritykset, mutta sen lisäksi saattavat tarjota erilaisia etuja jäsenilleen. Nämä edut voivat olla esimerkiksi erilaiset bonukset jäsenten tekemistä ostoksista, joita kerryttämällä jäsenet voivat saada rahallisia etuja tai alennuksia tulevista ostoksista. Yksi esimerkki osuuskunnasta on S-Ryhmä, jonka ketjuun kuuluu mm. kauppoja, ravintoloita sekä hotelleja (S-Kanava.fi.)

Yritystoimintaa voivat harjoittaa myös erilaiset yhdistykset ja säätiöt, jotka keräävät rahaa voidakseen toteuttaa toimintaansa tai voidakseen toteuttaa ennalta määrättyjä tarkoituksia. (Heikkilä ja Viljanen 2000, 105–111).

Me päätimme perustaa avoimen yhtiön, koska meitä on kaksi perustajaa ja sijoitamme molemmat rahaa yksityisestä omaisuudesta. Meillä on tarpeeksi vahva side sekä luottamus, jotta voimme perustaa avoimen yhtiön ja sitä kautta toiminimen.

Mutta tämä kaikki ei vielä riitä. Luovuutta täytyy käyttää myös yrityksen nimen keksimiseen. Yritykselle täytyy keksiä hyvä ja osuva nimi, joka tarkistetaan kaupparekisterissä. Nimelle on olemassa tietyt säännöt ja niitä täytyy noudattaa. Nimen täytyy olla tarpeeksi lyhyt ja selkeä, jotta se jäisi helposti kuluttajan mieleen. Omaperäisyys on myös suuri etu, jottei nimi sekaannu jonkun muun yrityksen nimeen. Nimi ei saa olla harhaanjohtava eikä missään nimessä törkeä tai loukkaava. Meidän yrityksen nimi on WeGeWish ja se viittaa toiveeseen vegaaniruuasta. (Raatikainen 2012, 77-78).

## 2.2 Rekisteröinti ja luvat

Myös toimiala täytyy määritellä tarkkaan. Kun tämä on tehty, jätetään perustamisilmoitus. Kun ilmoitus on kirjattu PRH:n (Patentti- ja Rekisterihallitus) ja Verohallinnon yhteiseen YTJ-palveluun (yritys- ja yhteisötietojärjestelmä), saadaan yksilöllinen Y-tunnus eli Yritys- ja yhteisötunnus. (Patentti- ja rekisterihallitus 2017.)

Tämän jälkeen yritykselle pitää hankkia tarvittavat luvat, koska on kyseessä elintarvikkeita myyvä yritys. Täytyy tehdä ilmoitus elintarvikehuoneistosta, ja nimenomaan liikkuvasta elintarvikehuoneistosta, koska kyseessä on festareilla toimiva ruokakoju, jolla ei ole pysyvää myyntipaikkaa. Myös elintarvikkeiden kuljettamisesta ja elintarvikekontaktimateriaaleista on tehtävä erikseen ilmoitus, koska kuljetamme tiettyjä elintarvikkeita paikasta toiseen. Elintarvikekontaktimateriaaleista pitää tehdä ilmoitus, jos käytössä on elintarviketeollisuuden koneita tai laitteita (uuni, parila, kylmäallas), keittiön pientyökoneita (vohvelirauta), keittiövälineitä (esimerkiksi veitset, pihdit, kauhat jne.), kertakäyttöisiä astioita ja suojakäsineitä ja sekä elintarvikepakkauksia (jauhot, mausteet jne.) Työntekijöillä on oltava myös hygieniapassi, jonka voi suorittaa hygieniapassikurssilla tai ravitsemusalaan liittyvän koulutuksen yhteydessä. Myös tarvittavat lakisääteiset vakuutukset on otettava. Eli paljon paperitöitä on tiedossa, ennen kuin oma yritys on pystyssä. (Heikkilä ja Viljanen 2000, 111–113; Helsingin kaupunki 2017).

## 3 WEGEWISH - YRITYSIDEA

### 3.1 Missio, visio ja liikeidea

Menestyäkseen yritys tarvitsee toimivan liikeidean, mission, vision ja hyvän strategian. Liikeidea pyrkii vastaamaan kysymykseen ”Mitä me teemme?” Jotta liikeidea olisi toimiva, tarvitaan hyvä missio. Meidän missio on tarjota myös vegaaneille hyvän mahdollisuuden nauttia ruuasta festareilla. Eli missio kertoo, mikä syy yrityksellä on olla olemassa. Yhdessä missio ja liikeidea vastaavat kysymykseen ”Miksi, miten ja kenelle?”. On hyvin tärkeää miettiä, kenelle yritys valmistaa kyseistä tuotetta tai palvelua. Kun asiakasryhmä on segmentoitu, tuotteen kehitys ja markkinoinnin suunnittelu voi alkaa. Eli koitetaan vastata kysymykseen ”miten?”. Yrityksellä on myös oltava visio, päämäärä. Aina on oltava jokin tavoite, mitä kohti pyrkii. Ilman tavoitetta on hyvin vaikea saavuttaa mitään, kun ei ole mitään saavutettavaa. Silloin yritys elää tyhjäkäynnillä, sillä ei ole mitään konkreettista tarkoitusta. Se on olemassa ilman mitään syytä, eikä se silloin voi kehittyä ja parantaa osaamistaan. Visio ohjaa yrityksen tulevaisuuden suuntaa ja antaa suuntaviitan kehitykselle. Missio ja visio voivat toimia myös yrityksen ns. tunnuslauseena, joka kannustaa työntekijöitä parempaan työntekoon ja antaa jotain tavoiteltavaa. Lopuksi yritys tarvitsee toimivan strategian. Strategia eli toimintasuunnitelma ohjaa, miten voimme toteuttaa missiomme ja miten voimme tavoitella visiota. Strategiaa on käytetty jo kauan mm. sodankäynnissä. Se on konkreettinen suunnitelma, joka ohjaa tehtävien toteutumista ja tavoitteisiin pääsemistä. Seuraavaksi ajoin kertoa yrityksemme liikeidean, mission ja vision (Heikkilä ja Viljanen 2000, 96–97; Limor Oy 2010).

Liikeidea on valmistaa ja myydä vegaanista mättöruokaa ja asiakaskuntamme on ns. vegaaninen bilekansa. Tarjoamme ruokapalveluja ja meidän tuotteemme on hyvä ja nopea vegaaniruoka. Ruuan valmistus tapahtuu tiskillä ja ruoka valmistetaan joko pannulla, rasvakeittimellä tai vohveliraudalla. Missiomme on perustaa yritys, joka on mahdollisimman ekologinen, vastuullinen ja luontoystävällinen. Tarjoiluastiat ja servetit ovat biohajoavia ja yritämme tuottaa mahdollisimman vähän muovista jätettä. Lisäksi kannatamme kierrätystä ja siksi hankimme kaiken käytettynä. Myös halu tarjota kaikille sopivaa ruokaa ruokavaliosta riippumatta ja olla osana ruokatrendejä on osa missiotamme. Mutta mihin yrityksemme on menossa tulevaisuudessa? Visiomme on päästä Flow Festivaleihin myymään meidän vegaanisia tuotteitamme. Flow Festival on yksi Suomen suurimpia musiikkia- ja ruokafestareita, mutta se kuuluu myös maailman ensimmäisiin hiilineutraaleihin festareihin. Flow valitsee tarkasti ravintolatarjontansa ja kannustaa ravintoloita tarjoamaan vegaanista ruokaa. Nämä festarit olisivat juuri täydelliset meille. Osa visiotamme on myös saada somen kautta tunnettavuutta nuorten aikuisten parissa ja että heidän olisi hyvin helppo lähestyä meitä. Haluan kehittää toimintaamme yhä paremmaksi ja tarjota tulevaisuudessa vielä parempaa vegaanista ruokaa.

Uskon, että meillä on hyvä markkinarako. Meidän kilpailuetumme ovat vegaanisuus, ekologisuus ja somemarkkinointi, josta kerron enemmän kohdassa 7.2 Markkinointitilanne. Tämä on molempien ensimmäinen yritys, ja koska olemme nuoria yrittäjiä, meillä on valtava halua onnistua ja näyttää osaamisemme. Haluamme rikkoa veganismiin kohdistuvia ennakkoluuloja ja tarjota festarimarkkinoille jotain uutta. Monet festarit kannattavat ekologisuutta ja kannustavat tekemään ja myymään vegaaniruokaa. Uskon, että olemme johtoasemassa tässä tilanteessa. En usko, että olemme ensimmäinen ruokakioski, joka myy vegaanista ruokaa. Mutta siitä huolimatta tällaisia kioskeja ei ole kovin montaa. Meillä on hyvin paljon varaa kehittyä ja jopa mullistaa vegaanisen ruuan historiaa Suomessa.

### 3.2 Strategia

Heikkilän ja Viljasen (2000, 97–98) mukaan ”Strategia-ajattelun viitekehyksiä ja malleja voi verrata silmälaseihin. Niiden avulla voi entistä selkeämmin nähdä ja ymmärtää yritysten strategista maailmaa”. Strategia tarkoittaa toimintasuunnitelmaa, jolla on tarkoitus toteuttaa yrityksen missio eli tehtävä ja päästä yrityksen tulevaisuuden tavoitteisiin eli tavoitella visiota. Strategia on hyvin oleellinen osa yrityksen toimintaa, koska ilman suunnitelmaa mikään ei toteudu ajallaan ja järjestelmällisesti. Itsessään strategia on hyvin vanha käsite, ja sitä onkin käytetty jo hyvin kauan esimerkiksi sodankäynnissä. Strategia tarkoittaa suunnitelmaa, jonka mukaan edetään päästäksemme päämäärään eli tässä tapauksessa menestyneeseen yritykseen. Yrity maailmassa strategiaa on käytetty 1980-luvulta lähtien (Heikkilä ja Viljanen 2000, 97–98).

Olen tehnyt yritykselle tarkan konkreettisen strategian, jolla pääsemme alkuun yrityksen perustamisessa. Aluksi oli tarkoitus perustaa yritys jo tänä kesänä. Koska aikataulu ja elämäntilanne eivät antaneet myöten, päätimme haudata yrityksen perustamisaiheet seuraavaan kesään asti. Nyt minulla onkin juuri sopivasti aikaa rakentaa yritykselle teoreettiset perustat ja suunnitella yrityksen missiota ja visiota entistä pidemmälle.

Meillä ei ole vielä tarkkaa perustamisaikataulua, mutta olen jo miettinyt alustavaa aikataulua. Jokaisen yrityksen lähtökohta on rekisteröidä yritys YTJ-palveluun. Eli meidän tapauksessa perustamme avoimen yhtiön. Tämä meidän täytyy tehdä viimeistään tämän vuoden loppupuolella, jotta voimme alkaa hakea lainaa pankista. Tällä hetkellä olen tehnyt tuotetestausta ja kehitellyt tuotteitamme paremmiksi. Tuotetestaus on todella tärkeää tuotekehittelyn kannalta, koska se antaa lisää tietoa aiheesta ja tietoa keräämällä tuotetta voi muokata paremmaksi. Toteutin tuotetestauksen 1.10.2017 ja kerron siitä enemmän osiossa 6 TUOTETESTAUS. Tuotetestaus antoi minulle arvokasta informaatioita toimintasuunnitelman seuraavaan vaiheeseen eli laskelmiin. Kannattavuuslaskelmat on hyvä tehdä aina yritystä perustaessa, koska se antaa jonkinlaista suuntaa siitä, kannattaako yritys taloudellisesti. Kannattavuuslaskelmat eivät kuitenkaan kerro koko totuutta, ne ikään kuin ennustavat yrityksen taloudellista tilannetta.

Kun olemme perustaneet toiminimen, seuraava tehtävä on hakea pankista lainaa. Olen tehnyt kirjallisen taloussuunnitelman, josta voi lukea lisää osiosta 8 TALOIUSSUUNNITELMA. Pankkilainan jälkeen on edessä hankintojen tekeminen. Koska yrityksemme arvoihin kuuluu ekologisuus, hankimme kaiken käytettynä. Hankintojen tekemisen voi aloittaa ensi vuoden alusta ja jatkaa pitkin kevättä. Tämän jälkeen siirrymme myyntipaikkojen hakemiseen. Tämä olisi hyvä aloittaa heti uuden vuoden jälkeen, koska myyntipaikat menevät hyvin nopeasti. Hankinnoista ja myyntipaikoista voi lukea lisää kohdasta 8.1 Investoinnit ja hankinnat. Tämän jälkeen täytyy keskittyä markkinointisuunnitelmaan. Markkinointikampanja aloitetaan kevään aikana ja markkinointia jatketaan pitkin kesää. Tavoitteena olisi käyttää ainoastaan somemarkkinointia. Tästä voi lukea lisää osiosta 7 MARKKINOINTISUUNNITELMA. Ensimmäinen myyntipäivä on kesäkuun alusta, tarkkaa päivää emme vielä tiedä. Aloitamme Rockfesteistä. Monet festarit eivät ole vielä päättäneet ensi kesän aikataulua, mutta tämä asia selviää talven aikana.

Ensi kesän strategiaamme on päästä myymään mahdollisimman isoilla festareilla. Koska monet festarit ovat myös päällekkäin, olen joutunut karsimaan monet festarit pois. Lisäksi muutamat festarit, kuten esimerkiksi Pipefest, on tällä hetkellä määrittelemättömällä tauolla. Festarit olen valinnut joko kävijämäärän tai arvojen perusteella. Joensuussa järjestettävä Ilosaarirock on tunnettu ekologisesta ajattelustaan, joten nämä festarit ovat kuin meille luotu. Flow Festivaalit lukeutuvat samaan kategoriaan. Monet muut festarit ovat lähteneet tähän myös mukaan, vaikka eivät yhtä näkyvästi. Kävijämäärän mukaan valituilla festareilla aiomme pitää ekologisesta ajattelusta kiinni niissä puitteissa, missä se on mahdollista. Vaikka missiomme onkin hyvä vegaaninen ruoka ekologisesti myytynä, haluamme tehdä yrityksestä myös taloudellisesti kannattavaa. Ja tämän kaiken yhdistäminen onkin kulmakivi meidän strategiassa.

Vegaaniruoka on vielä tänäkin päivänä nouseva ruokatrendi, varsinkin nuorten ja nuorten aikuisten parissa. Vegaaniruokavalio tarkoittaa sitä, että jättää eläinperäiset raaka-aineet sekä tuotteet kokonaan pois ruokavalioista. Vegaani ei ole sama asia kuin kasvissyöjä tai vegetaristi. Kasvisruokavalioon ei kuulu liha, vegaaniruokavalioon ei kuulu mikään eläinkunnan tuote. Eli kaikki mahdollinen on korvattu kasvikunnan tuotteilla (esimerkiksi maito, juusto, liivate jne.) Vegaaniruokavaliossa käytetään mm. viljavalmisteita, palkokasveja, kasviksia, marjoja, hedelmiä, sieniä, pähkinöitä, siemeniä, ravintorasvoja ja kasvipärisistä raaka-aineista valmistettuja elintarvikkeita. Ruokavaliossa käytetään myös erilaisia maitotuotteita korvaavia kasvipärisiä vaihtoehtoja, kuten esimerkiksi kaurasta, soijasta, riisistä ja manteleista valmistettuja juomia, jogurtteja ja kermoja. Vegaanit ovat valinneet ruokavalionsa eettisistä, terveydellisistä, ekologisista tai uskonnollisista syistä. Usein syy johtuu eläimiin kohdistuvista eettisistä ongelmista. Jotkut vegaanit ovat kieltäytyneet käyttämästä eläinperäisiä tuotteita myös muussa arkielämässään. Monet meikit ja hygieniatuotteet on testattu eläimillä ja joihinkin vaatteisiin on käytetty eläinten nahkaa. Myös muihin esineisiin, kuten esimerkiksi autojen verhoiluun on voitu käytetty eläinten nahkaa. Oikeat turkikset ovat ehdottomasti kiellettyjen listalla. Vegaaninen ruokavalio on myös paljon ekologisempaa eikä kuluta luontoa yhtä paljon kuin vaikkapa lihansyönti. Tämä auttaa pienentämään hiilijalanjälkeä. Joidenkin mielestä ruokavalio on myös terveellisempi. Vegaanin täytyy kuitenkin muistaa lisätä ruokavalionsa ravintoaineita, joita ei vegaanisesta ruokavaliosta saa yhtä hyvin tai ravintoaineet eivät pääse imeytymään tarpeeksi hyvin. Kriittiset ravintoaineet ovat D-vitamiini, B12-vitamiini, jodi, kalsium, sinkki ja rauta. Näistä kolme ensimmäistä ovat kaikkein tärkeimpiä, ja niitä voikin saada esimerkiksi ravintolisistä tai kasvisproteiinista. Kasvisproteiinia voi löytää linsseistä, pavuista, herneistä ja täysjyvätuotteista (Jäntti 1997, 5-9; Berkoff 2001, 9-11; Piri 2015).

Vegaaniruoka on festareille täydellinen, koska se sopii melkein kaikille ruokavaliosta riippumatta. Toisin kuin liharuuista, melkein kukaan ei voi sanoa ettei voi syödä vegaanista ruoka-annosta. Ainoastaan keliakiaa sairastavat eivät välttämättä pysty syömään ihan kaikkea. Mutta lihansyöjät eivät voi väittää samaa. Lisäksi vegaaniruuasta puuttuu myös muita allergeeneja, kuten maito ja kananmuna. Tietenkin ennakkoluulot veganismia kohtaan saattavat olla esteenä, mutta ennakkoluulot pitäisi unohtaa ja antaa uusille kokemuksille tilaa, koska vegaaniruuasta on mahdollista tehdä yhtä hyvää kuin käyttämällä eläinperäisiä tuotteita. Mutta veganismia kohtaan löytyy sekä vastaan että puolestapuhujia, ja aiheesta onkin käyty erilaisia keskusteluja jo pitkään.

Millaisia vegaanisia raaka-aineita sitten käytän annoksissa? Lihan korvikkeen olen päättänyt käyttää tofua ja seitania. Tuotetestauksen kautta selvitin molemmista sopivimmat tuotteet annoksiin. Tofua on yleensä hyvin vaikeaa valmistaa hyvin, koska sen maustaminen on hyvin vaikeaa. Mutta löytämäni tofunakit ovat erittäin maukkaita ja hyvin valmistettuja Tofu valmistetaan soijamaidosta. Soijamaitoa saadaan keittämällä soijapapuja nesteessä. Sen jälkeen soijamaito puristetaan kiinteäksi, jonka jälkeen se muistuttaa juustoa. Tofu kestää pitkäkestoista kypsentämistä ja sitä voi käyttää monenlaisissa ruuissa. Seitan lihan korvikkeena on hyvin uusi juttu minulle. Seitan on taikinaa, jota valmistetaan vehnän proteiinista, eli gluteenista, ja sitä voi valmistaa esimerkiksi paistamalla tai hauduttamalla.

Seitania voi tehdä myös itse, mutta päätin käyttää kaupasta ostettua seitania. Sitä on helpompi käyttää ”tien päällä”, en usko, että meillä on vielä resursseja tehdä itse seitania. Mutta tämä on hyvä kehittämisidea. Annoksissa käytän myös vegaanista majoneesia ja juustoa, joiden valmistamiseen ei ole käytetty maitoa. Käytän Follow Your Heart –merkkistä vegenaisea eli vegaanista majoneesia, joka on tehty rypsiöljystä (67 %), suodatetusta vedestä, ruskeasta riisiirapista, omenasiiderietikasta, soijaproteiinista (1 %), merisuolasta, sinappijauhoista ja sitruunamehutiivisteestä. Tämä vegaaninen majoneesi on gluteeniton, munaton, maidoton, säilöntäaineeton eikä sisällä kolesterolia. Mutta tästä huolimatta maistuu aivan oikealle majoneesille (Lehtovaara 2017. 12–13).

#### 4.1 Reseptiikka

Kaikki reseptit, lukuun ottamatta ToiveVohveleita, olen kehittänyt itse. VegeBurriton reseptiin sain eräänä päivänä hyvän inspiraation ja resepti näkyi selvästi mielessäni. Toki tässä reseptissä saattaa olla vielä parannettavaa, mutta jo tähän mennessä se on muokkautunut visioni mukaan. WiHiksessä halusin pysyä paljon perinteisemmässä: tarkoitus oli luoda vegaanivastine suosituille lihapiirakalle. Mielestäni onnistuin tässä hyvin, resepti on hyvin mutkaton ja maukas, jopa hieman kevyempi kuin tavallinen lihapiirakka. Vapaavalinnaiset mausteet antavat asiakkaalle mahdollisesti nostalgisen tunnelman ja jopa lapsuusmuistoja herättävän efektin. Vegenugetti-annoksessa pysytään myös hyvin yksinkertaisissa elementeissä: herkulliset vegaaniset nugetit, ranskalaiset perunat ja vapaavalinnaiset mausteet. Helppoa ”finger foodia”, jota on mukava napostella kavereiden kanssa pikkunälkään.

#### 4.2 Tuotetestaus

Tuotekehitys on yksi olennaisimmista toimenpiteistä yritystä perustaessa, se mahdollistaa sopivan tuotteen kehittymistä oikeille markkinoille. Tuotekehittelyn tavoitteena on luoda joko täysin uusi tuote tai kehittää vanhaa tuotetta paremmaksi siten, että se täyttäisi kohderyhmän tarpeet tai halut. Tuotekehittely on innovoiva prosessi, joka sisältää erilaisia vaiheita. Ensimmäinen vaihe on ideointi, joka saattaa toteutua monella eri tavalla, esimerkiksi asiakkaan toivomuksesta, yrittäjän omasta ideasta tai tutkimuksen tuloksena. Toinen vaihe on esitutkimus, jonka aikana tutkitaan ideoinnin tulosta hypoteettisesti. Esitutkimuksen aikana selvitetään kenelle tuote voisi mahdollisesti suuntautua, tehdään kannattavuuslaskelmia ja tutkitaan tuotteen ominaisuuksia. Kolmas vaihe luonnostelu on enemmän käytännönläheistä toimintaa, johon sisältyy mm. tuotetestaus. Tähän aiheeseen paneudun tässä kirjassa enemmän. Tuotetestaus kannattaa aina järjestää, varsinkin jos on kyse uudesta tuotteesta. Tuotetestauksen aikana selviää, mitä tuotteessa kannattaa parantaa, tuotteen vahvuudet vai onko tuote edes ylipäättensä tarpeeksi tuottava tai hyödyllinen. Neljäs vaihe on suunnittelu, jonka aikana tehdään mm. tuotantosuunnitelma sekä laaditaan markkinointi tuotteelle. Viimeinen vaihe pitää sisällään valmiin tuotteen, jona markkinointi ja myynti aloitetaan. Samalla tutkitaan, alkaako tuote menestyä odotetulla tavalla käyttäen esimerkiksi erinäisiä tutkimuksia ja vertailuja (Raatikainen 2008., 59–63).

Päätin järjestää tuotetestauksen 1.10.2017. Testiryhmänä toimi oma kaveriporukka, testaajia oli neljä. Koska perustan yrityksen vain paperille, en järjestänyt mitään virallista tuotetestausta. Myös resurssit vaikuttivat tähän päätökseen hyvin paljon. Siitä huolimatta sain järjestettyä hyvän tuotetestaustilaisuuden ja sain kerättyä paljon arvokasta tietoa. Tilaisuuden johdosta löysin päätuotteen sekä karsin yhden tuotteen kokonaan pois listalta. Testiryhmäni oli hyvin monipuolinen, koska siitä löytyi monen eri ruokavalion edustajia. Seuraavaksi profiloin testiryhmän. Olin myös itse mukana maistamassa tuotteita. Reseptit löytyvät Liitteistä.

## Profiilit

### 1. Veera, 21 vuotta

Kasvissyöjä

Tällä hetkellä jättänyt lihan kokonaan pois, mutta syö maitotuotteita sekä kananmunia. Haluaisi jos-sain vaiheessa siirtyä kokonaan vegaaniksi, joten on ottanut myös asiasta hyvin paljon selvää ja on hyvin kiinnostunut asiasta. Auttoi minua raaka-aine hankinnassa.

### 2. Safiira, 22 vuotta

"Sekaani"

Syö lihatuotteita, mutta suosii enemmän kasvisruokaa.

Kiinnostaa kasvis/vegaaniruokavalio hyvin paljon, ja tutkinut asiaa myös laajasti.

### 3. Kalle, 22 vuotta

lihansyöjä

Hyvin skeptinen veganismia kohtaan, mutta innostui kuullessaan ruuan olevan ns. "mättöruokaa". On joutunut jonkun verran tutustumaan kasvissyönttiin tyttöystävänsä Veeran ansiosta.

### 4. Mohammed, 27 vuotta

lihansyöjä, uskonto ei vaikuta eli syö myös sikaa

Myös hyvin skeptinen asian suhteen eikä ole juuri joutunut tutustumaan kasvisruokaan eikä varsinkaan veganismiin. En havainnut innostusta vegaanimättöä kohtaan.

## Analyysi

### **VegeBurrito**

Tein kaksi versiota, toinen oli vähän miedompi guacamole-versio, ja toinen oli tulisempi salsa-versio. Molemmat olivat silti aika mausteisia. VegeBurritossa käytin Vianan seitania, ostettu Ekolosta. Tämä oli testiryhmän mielestä paras annos, joten VegeBurrito valikoitui päätuotteeksi. Testiryhmän mielestä VegeBurrito oli raikas, kevyt ja maukas. Jugurttikastiketta pyydettiin vähemmän. Safiiran mielestä jugurttikastike on yleensä pahaa, mutta tämä vegaaninen versio oli hänen mielestään oikein hyvää. Joukosta yksi, Mohammed, ei tykännyt korianterista. Kolme ryhmästä totesi guacamole-version paremmaksi, Mohammed tykkäsi salsasta enemmän. Tarkoitus olisi, että asiakas saa itse valita tulisen tai vähemmän tulisen VegeBurriton. Itse olin sitä mieltä, että seitania olisi voinut laittaa vähän enemmän. Tein VegeBurriton keskikokoiseen tortillapohjaan, myyntiin voisin tehdä isommista tortillapohjista. Molemmat versiot olivat todella hyviä, mutta guacamole-versio oli enemmän myös omaan makuun. Tämä on hyvin raikas ja kevyt tuote, kevyempi kuin ”kotitekoinen tortilla”. Korianteri ja jogurttikastike antoivat kivasti särmää tortillalle. Tämä tuote on mahdollista saada myös gluteenittomana, ainoastaan tortillapohja täytyy vaihtaa gluteenittomaan tortillapohjaan.

### **WiHis**

Tein kolme eri WiHis-versiota, nakit vaihtuivat. Jokaiseen versioon tuli kaksi nakkia.

1. versio: Viana Toscaninis Hot Dog -nakit, tehty tofusta (ostettu Ekolosta)
2. versio: Wheaty Veganwurst Merguez, tehty seitanista (ostettu Vegekaupasta)
3. versio: Boy Vegan-nakit, tehty soijasta (ostettu S-Marketista)

Ensimmäinen versio sai parhaimmat arvostelut. Veera kehui ensimmäisen version nakkia parhaimmaksi vegaaninakiksii mitä on koskaan maistanut. Toinen versio ei saanut yhtä hyviä arvosanoja, tämän version nakki oli hieman jauhoisen makuinen, vaikka olikin rapea. Tämä nakki oli Mohammedin mielestä paras, kaikkien muiden mielestä nakki oli kohtalaisen hyvä. Kolmas versio sai kaikkein eriävimmät mielipiteet. Tytöt sanoivat, että tämän version nakki muistutti kaikkein eniten perinteistä lihanakkia koostumukseltaan ja ulkonäöltään. Pojat tyrmäsivät nakin kokonaan, koska heidän mielestä nakki oli maultaan liian kumimainen. Omasta mielestäni ensimmäinen nakki oli kyllä kaikkein paras ja päätin käyttää sitä WiHiksessä.

Kaikissa versioissa nakin lisäksi oli vegaanista juustoa ja mausteena oli sipulia, suolakurkkua, ketsuppia ja majoneesia. WiHis sai kaikilta hyvän vastaanoton, heidän mielestään se oli erittäin maukas verrattuna perinteiseen lihapiirakkaan eikä läheskään yhtä rasvainen. Aluksi tein WiHiksen ilman tomaattiviipaleita, mutta päätin lisätä sen viimeiseen versioon testiryhmän pyynnöstä. WiHis toimi paremmin tomaattiviipaleen kanssa. Päätin lisätä listalle myös sinappia ja murskattua valkosipulia, jotta WiHis muistuttaisi mahdollisimman paljon perinteistä ”lihistä” ja jotta asiakkaalla olisi laajempi valikoima mausteita. Asiakas saa itse päättää, millä mausteilla hän WiHiksensä haluaa.



## **VegeBurgeri**

Reseptiikka VegeBurgeriin: Vaasan hampurilaissämpylä, hummus (tavallinen ja valkosipuli), salaatinlehti, suolakurkkua, sipulirouhetta ja vegaanista juustoa.

Tästä annoksesta tein kaksi eri versiota: Ensimmäisessä versiossa käytin Ocean Beachin vegepihvejä (ostettu Ruohonjuuresta) ja toisessa versiossa käytin Atrian mustapapupihvejä (ostettu S-Marketista). Ocean Beach -pihvien kanssa käytin tavallista hummusta ja mustapapupihvien kanssa kokeilin valkosipulihummusta.

Kumpikaan versio ei saanut hyvää vastaanottoa. Hummus ei sopinut burgeriin, ja testiryhmä kaipasi lisää vihanneksia väliin. Valkosipulihummus oli testiryhmän mielestä hieman parempi burgerissa. Tuotetestauksen jälkeen arvelin, että hummuksen olisi voinut korvata majoneesilla. Toiseen versioon lisäsin tomaattisiivun, mikä oli kaikkien mielestä hyvä lisäys. Mutta molemmat pihvit eivät olleet testiryhmän mieleen. Hyviä vegepihvejä onkin vaikea löytää, ja lisäksi en ollut tyytyväinen reseptiikkaan. Tämän takia päätin karsia burgerin kokonaan listalta, ja panostaa muihin tuotteisiin enemmän. Tietenkin burgerin olisi saanut hiottua paremmaksi, mutta mielestäni oli turhaa käyttää liikaa aikaa ja energiaa tähän tuotteeseen, kun voisin panostaa muihin tuotteisiin enemmän. Lisäksi burgerit ovat aika perustavaraa festareilla eivätkä kasvis -tai vegaaniburgerit ole mikään uusi juttu, joten tuote on aika lailla jo nähty.

Harkitsin myös lisääväni WiHikseen ja VegeBurgeriin vegaanista pekonia, mutta en löytänyt sitä kaupasta. Sitä kyllä löytyy markkinoilta, hyvin harva kauppa sitä tosin myy. Sitä on myös mahdollista tehdä itse, mutta ajattelin, että festarimyyntiin itsetehty vegaaninen pekoni ei ole sopiva. Raaka-ainekustannukset saattavat nousta liian suuriksi ja toteutus on tien päällä vähän liian hankalaa rajoitettujen resurssien takia. Mutta en ole luopunut ajatusta kokonaan, ja tulevaisuudessa haluan testata vegaanista pekonia tuotteissamme ja mahdollisesti lisätä sen myyntiin. Eli tulevaisuudessa saattaa olla uusi tuotetestaus ja tuotekehittely edessä.

## **VegeNugetit ja ranut**

Tämä annos on vegaaninen versio perinteisistä makkaraperunoista tai kananugeteista ja ranskalaisista. Yksinkertainen ja helppo tehdä, asiakas saa valita itse mausteet. Tästä annoksesta kaikki tykkäsivät, jopa pojat. He yllättyivät "kana"nugettien hyvästä mausta. Tämä annos kokeiltiin ainoastaan vegaanisen majoneesin ja ketsupin kanssa. Tämä annos on myös täysin gluteeniton, joten keliaakoille tämä on todella maukas vaihtoehto. Listalla olisi hyvä olla yksi täysin gluteeniton vaihtoehto tai edes tuote, josta voidaan tehdä gluteeniton. Gluteeniton vaihtoehto on hyvin asiakasystävällinen huomio, koska sitten ei tarvitse myydä "ei ole"-vaihtoehtoa. Vaikka keliaakikolle lista ei ole yhtä laaja kuin muille asiakkaille, saa hän silti valita kahdesta (VegeBurrito tai Vegaaniset nugetit ja ranut) hyvin maukkaasta annoksesta, eikä hänen tarvitse kääntyä tyhjin käsin luukulta.

### **ToiveVohvelit**

Vohveleista tuli yllättävän hyviä. Koko testiporukka sekä minä olimme hyvin skeptisiä tämän reseptin suhteen, mutta lopputulos oli erittäin onnistunut. Tämän valmiin reseptin löysin Vegaaniliiton sivuilta ja päätin testata. Täytteet olivat myös erittäin hyviä. Pakastemarjat sopivat aina joka tilanteeseen, tällä kertaa käytin mustikkaa ja vadelmaa. Appelsiinin makuinen levite sopi erittäin hyvin varsinkin mustikoiden kanssa. Vegaaninen ”kermavaahto” ei tosin vetänyt vertoja tavalliselle kermavaahdolle, oli hieman mauton. Mutta päätin pitää sen silti listalla ihan annoksen ulkonäköseikkojen takia. Taikina oli hyvin riittoisaa, yhdestä kauramaitopurkista saa tehtyä yli 20 vohvelia.

## **5 MARKKINOINTISUUNNITELMA**

Markkinointi on hyvin suuri osa yrityksen toiminnasta. Ilman markkinointia asiakkaat eivät saa tietoa tuotteesta. Ilman asiakkaita ei ole tuotetta, ja markkinointi on juuri se väline, joka asiakkaita etsii ja löytää. Markkinointi on jatkuva prosessi, jota pitää toteuttaa koko tuotteen elinkaaren ajan. Markkinointi on muuttuvaa ja muotoutuvaa toimintaa, joka edistää tuotteen myyntiä ja tavoittaa halutun kohderyhmän. Markkinointia on olemassa monenlaista, mutta tässä opinnäytetyössä olen päättänyt keskittyä tavanomaiseen markkinointiin, koska se tuntuu sopivan tähän aiheeseen hyvin. Tavanomaisessa markkinoinnissa pyritään käyttämään neljää erilaista kilpailukeinoa jotka ovat tuote, hinta, jakelu ja viestintä. Tuote on tietysti yrityksen tärkein asia, sen ympärille koko tapahtumaketju rakentuu. Kuten Heikkilä ja Viljanen (200, 118–119) toteaa, ”esimerkiksi ravintolan tuotteita kuvataan monesti kerroksisesti.” Ensimmäinen kerros sisältää ruuan, juomat, aterimet sekä ravintolan kalusteet eli konkreettisia asioita. Toinen kerros sisältää ruokalistan, annosten nimet, henkilökunnan palvelun ja jopa ravintolan nimen, jotka täydentävät ensimmäistä kerrosta ja tekevät tuotteesta nautittavamman. Kolmas kerros sisältää henkilökunnan ammattitaidon, ympäristön sekä mahdolliset oheistuotteet, jotka viimeistelevät tuotteen. Tästä kaikesta kehittyy asiakkaalle mielipide tuotteesta. Olen piirtänyt tästä myös kaavan (Heikkilä ja Viljanen 2000, 118–142).



Seuraava kilpailuväline on hinta, joka määrää tuotteen rahallisen arvon. Hinnoittelu on hyvin olennainen asia yrityksen kannalta, koska se määrää yrityksen tuoton. Hinnoitteluun vaikuttaa monta seikkaa. Jo itse tuote vaikuttaa hinnoitteluun, mistä ja miten se on tehty ja mihin sitä käytetään. Jos vastaavia tuotteita löytyy markkinoilta jo valmiiksi, kannattaa pitää tuotteen hintaa matalampana. Mutta jos vastaavaa tuotetta ei markkinoilta löydykään yhtä paljon tai saatavuus on hyvin pientä, on hintaa mahdollista nostaa vapaammin. Tähän pätee kysynnän ja tarjonnan laki.

Kolmas kilpailukeino on jakelu. Jakelu on suoraan yhteydessä tuotteen saatavuuteen. Aina tuotteen valmistus ei tapahdu samassa paikassa kun myyminen, joten jakelu on syytä pohtia mahdollisimman toimivaksi. Jossain tapauksissa, kuten esimerkiksi meidän tapauksessa, tuote valmistetaan samassa paikassa kun tuotteen myynti tapahtuu eli "jakelutie on mahdollisimman lyhyt." Viimeisin kilpailuväline on viestintä, joka tarkoittaa kaikkia niitä muotoja, jolla tietoa voi välittää asiakkaille. Näihin kuuluu mm. mainonta, jota itse käytän yrityksessäni. Mainonta on maksettua viestintää kohderyhmille. Mainonnassa on yleensä kyse jonkinlaisesta viestistä, mitä yritetään saada mahdollisimman näkyväksi asiakkaiden parissa. Tätä voi toteuttaa esimerkiksi televisiossa, radiossa, sanomalehdissä, suoramainonnalla tai netissä (Heikkilä ja Viljanen 2000, 118–142).

Itse olen päättänyt käyttää mainontaa ainoastaan viimeksi mainitussa mainonnan välineessä, koska en koe saavuttavani kohderyhmääni muilla mainonnan välineillä yhtä tehokkaasti. Aion käyttää yrityksen markkinoinnissa sosiaalista mediaa, sekä luon yritykselle toimivat nettisivut. Nettisivuilta pystyy seuraamaan meidän toimintaa ja tarkistamaan menuun. Myös tuoteselostukset lisäämme nettisivuille. Näiltä sivuilta pystyy myös tarkistamaan meidän festariaikataulun. En ole suunnitellut käyttäväni enempää kuin 200 euroa markkinointiin, koska jätämme markkinoinnista television ja radion kokonaan pois. Televisio ja radio ovat kyllä hyvin tehokkaita markkinointivälineitä, mutta hyvin vanhanaikaisia. Niillä en saa tavoitettua kohderyhmääni parhaalla mahdollisella tavalla. Nuoriso ei enää katso samalla tavalla televisiota kuin aikaisemmin, kun tilalle on tullut esimerkiksi Netflixin ja Viaplayn tapaisia suoratoistopalveluita. Sama koskee radiota, jonka on korvannut Spotifyn tapaiset musiikin suoratoistopalvelut. Olen suunnitellut ottavani YouTuben haltuun ja käyttäväni tätä sosiaalisen median kanavaa isoimpana markkinointikeinona. Lisäksi ajoin käyttää myös Facebookia, Instagramia ja SnapChatia markkinoinnissa.

Aion käyttää tuotestrategiaa markkinoinnissa, koska se on sopivin strategia meille. Tuotestrategiassa käytetään tuote-tai palvelu-markkinayhdistelmää. Tässä strategiassa pitää miettiä tuotteen asemaa tuotteen elinkaareissa. Lisäksi tuotteen oikeanlainen segmentointi on hyvin oleellista tässä strategiassa. Myös mahdolliset markkinaraot on löydettävä ja tuotteen differointi olisi hyvä tehdä. Tuotteen differointi on se seikka, joka tuotteessa tai palvelussa erottaa sen muista kilpailijoista. Se voi olla tuotteen ulkonäkö, laatu, brändi jne. Kannattaa pohtia myös omaa asemaa kilpailijoihin nähden. Onko meillä varaa esimerkiksi laskea hintoja kilpailijoiden tuotteisiin verrattuna? Tai pystymmekö tekemään rohkeampia markkinointikampanjoita (Pendolin, 2015)?

Meidän yritys on hyvin tuotokeskeinen, joten juuri siihen meidän täytyykin panostaa. Meillä on vahva tuote-markkinayhdistelmä, joka näkyy vahvassa tuotteessa ja toimivassa somemarkkinoinnissa. Nämä kaksi asiaa yhdistelemällä saamme toimivan tuotestrategian. Olen valmiiksi segmentoinut sekä tuotteen että markkinoinnin ja räätälöinyt siitä meidän asiakasryhmälle sopivan. Koska nuoret aikuiset käyttävät hyvin paljon sosiaalista mediaa ja he löytävät paljon informaatiota sieltä, on tämä paras mahdollinen markkinointikanava. Ja koska nuoria aikuisia kiinnostavat ruokatrendit ja monia kiinnostaa nimenomaan veganismi, tuotteemme saa ihan varmasti kiinnostuksen heräämään tavoittelemassamme asiakasryhmässä. Mielestäni meille on hyvä markkinarako festareilla juuri tuotteemme ansiosta. Korostamalla vegaanituotteita ja vastuullisuutta, saamme varmasti paljon huomiota asiakasryhmässä. Juuri nämä seikat antavat tuotteellemme differoinnin. Se erottaa tuotteemme muista tuotteista painottamalla vastuullisuutta, eettisyyttä ja parempia arvoja. Täysiin vegaaninen ruoka ja toimiva somemarkkinointi erottaa meidät kaikista muista festareilla toimivista ruokakojuista. Olen myös suunnitellut värikkään logon yritykselle, jotta se olisi mahdollisimman mieleenpainuva ja huomiota herättävä.



## 5.1 Somemarkkinointi

### Youtube

Vlogaaminen on nykyään hyvin trendikästä ja siitä on tullut ihan maailman ympäri puhuttava ilmiö. Vlogaajat voivat saavuttaa satoja tuhansia seuraajia päivittäin. Monet suomalaiset vlogaajat ovat saaneet hyvin paljon näkyvyyttä ja sitä kautta todella hienoja työmahdollisuuksia esimerkiksi median parissa. Suomalaisten vlogaajien tuottama sisältö vaihtelee hyvinkin paljon: jotkut vlogaavat ihan omasta arkielämästään, jotkut tekevät yhteistyötä meikkiyritysten kanssa ja vlogaavat heidän meikeistään ja jotkut taas striimaavat pelituokioitaan eli näyttävät suoratoistona katsojilleen, miten he pelaavat. Mutta tyylejä ja aiheita on monenlaisia.

Minä haluaisin yhdistää vlogaamisen ja vegaanisen ruuan, koska molemmat ovat niin pinnalla nykyään, ja kumpikin aihe on hyvin kiinnostava. Minä vlogaisin siitä, kuinka aloittelemme uutta yritystä, meidän arkielämästä ja valmisteluista festareiden välissä sekä tietenkin meidän työpäivästä festareilla mahdollisuuksien mukaan. Kesken työpäivän kuvaaminen voi olla hieman hankalaa, mutta siihen pitää vain keksiä joku sopiva ratkaisu. Haluan videoihin rennon ja jopa hieman humoristisen kosketuksen. Ja näitä videoita jakamalla olisi tarkoitus saada yritykselle näkyvyyttä. Jotta videomme keräisivät oikeasti paljon katsojia, siis nyt puhutaan niistä sadoista tuhansista, niin pitäisi meidän tehdä yhteistyötä esimerkiksi toisen vlogaajan kanssa ja saada hänet sponsoroimaan meitä. Koska VeGeWish on vielä sen verran uusi yritys, emme lähde vielä hakemaan yhteistyötä, mutta tulevaisuudessa se saattaisi olla jopa mahdollista.

### SnapChat

SnapChat on sovellus, jossa voi jakaa kuvia ja videoita 24 tunnin reaaliajassa. Kuvat ja videot näkyvät muille käyttäjille 24 tunnin ajan, sen jälkeen ne poistuvat. Toisin kuin YouTubeissa, SnapChatissa videoita voi jakaa leikkaamatta ja suoraan paikanpäältä. Videot ovat lyhyitä, noin 10 sekunnin pituisia, ja niitä voi jakaa monta peräkkäin MyStoryyn. Sieltä kaikki seuraajat voivat käydä katsomassa meidän kuulumisia reaaliajassa. SnapChatiin on varmasti helpompi jakaa sisältöä juuri työpäivän aikana, koska videoiden lataaminen on paljon nopeampaa ja yksinkertaisempaa.

### Facebook

Facebookiin laitamme maksullisia mainoksia jonkun verran, ainakin aluksi kokeilemme sitä. Näihin mainoksiin menee budjetoimastani markkinointikuluista osa. Lisäksi luomme yritykselle omat Facebook-sivut, jonne voimme julkaista myyntipaikkamme, menun ja luoda sinne kaikenlaisia kampanjoita ja kilpailuja. Postaamme tasaisin väliajoin sivuille kaikkea kivaa ja tarpeellista tietoa.

### Instagram

Olen suunnitellut laittavani myös Instagramiin maksullisia mainoksia ja näihin mainoksiin menee myös jonkun verran markkinointikuluista. Luomme myös tänne yritykselle omat sivut. Instagramissa aiomme panostaa juuri visuaaliseen puoleen, ja tänne tarkoitus olisi postailla hyvin näyttäviä ja hienoja kuvia esimerkiksi ruoka-annoksistamme, matkanpäällä otetuista kuvista ja muusta sellaisesta. Myös Instagramiin pystymme luomaan erilaisia kampanjoita ja kilpailua. Parasta olisi se, että myös asiakkaat itse haluaisivat osallistua kuviimme ja näin voisimme saada lisää näkyvyyttä meidän tyytyväisten asiakkaiden ansiosta.

Sekä Facebookiin että Instagramiin ajomme suunnitella kampanjat ja kilpailut tarkemmin ensi vuoden puolella, koska niitä täytyy miettiä harkiten ja niistä täytyy tehdä mahdollisimman kiinnostavia.

## 5.2 Markkinointitilanne

Mielestäni meillä on hyvä markkinointitilanne. Meidän ainoat kilpailijat ovat toiset festarikojut ja tietenkin ruokakaupat, joista osa festarikävijöistä käy ostamassa itselleen eväitä. Mutta luulen, että meillä on todella hyvä markkinarako juuri vegaanisen ruoan ansiosta. Joissakin kojuissa on varmasti joku vegaaninen vaihtoehto, tai ainakin kasvisvaihtoehto, mutta näin kattavaa vegaanista menua en usko monella olevan. Sen takia pyrimme painottamaan juuri tätä seikkaa meidän markkinoinnissa. Myös ekologisuuden ja vastuullisuuden markkinointi on hyvä etu, sillä moni valitsee ruokapaikkansa eettisten arvojen perusteella. Pidän myös somemarkkinointia vahvuutena, koska näin me saamme tavoitettua mahdollisimman paljon kohderyhmäämme kilpailijoihin verrattuna. Varmasti muillakin kojuilla on hallussa somemarkkinointi, mutta juuri vlogaaminen erottaa meidät muista.

Tein meidän markkinointitilanteesta SWOT-analyysin. Swot-analyysi on tärkeä keino arvioidessa työpaikan toimintaympäristöä. SWOT koostuu sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). Näitä asioita pohtimalla ja ymmärtämällä karotetaan ja osataan hyödyntää työpaikan vahvuuksia ja panostetaan samalla mahdollisuuksiin. Myös heikkoudet ja uhat on hyvä tiedostaa, koska niitä voi yrittää parantaa tai välttää. Vahvuudet ja heikkoudet liittyvät työpaikan sisäisiin tekijöihin, joihin on paljon helpompi vaikuttaa. Mahdollisuudet ja uhat taas liittyvät työpaikan ulkoiseen ympäristöön, eikä niihin ole yhtä helppo vaikuttaa. Meidän heikkoutemme on ensikertalaisuus. Olemme vasta perustamassa ensimmäistä yritystä, eikä meillä ole vielä tarpeeksi paljon kokemusta tästä toiminta-alasta eikä meillä ole vielä juuri yhtään kontakteja. Ajan myötä uskon kontaktien lisääntyvän, mutta tällä hetkellä olemme heikoilla tässä asiassa muihin kilpailijoihin nähden. Myös suhteellisen kallis hinta voi olla ongelma, koska festareilla ruoka on kallista. Meillä vaikuttaa hintaan myös vegaaniset raaka-aineet, jotka ovat tavallista kalliimpia perinteisiin raaka-aineisiin nähden. Mutta vegaanisten raaka-aineiden hinta laskee koko ajan niiden siirryttyä jopa tavallisiin ruokakauppoihin. Tulevaisuudessa tämä asia toivottavasti muuttuu ja pääsemme laskea hintoja. Olen tehnyt asiasta myös SWOT-analyysin, jossa analysoin yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä yrityksen ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia (Opetushallitus).

	vahvuudet	heikkoudet
sisäinen ympäristö	motivoituneet yrittäjät, ekologisuus, trendikkyys, vastuullisuus, some	huonot kontaktit työelämässä, ei radio-tai televisiomainontaa
ulkoinen ympäristö	uudet kontaktit työelämässä, uusi kokemus, yhteistyö, somenäkyvyys	puutteelliset suunnittelumenetelmät, ei ole riittävästi osaamista, ei ole tarpeeksi erilainen
	mahdollisuudet	uhat

#### SWOT-analyysi

## 6 TALOUSSUUNNITELMA

Hyvä liikesuunnitelma pitää pystyä esittämään numeroina, jotta yrityksen kannattavuus pystytään enustamaan. Jos numerot eivät täsmää, voidaan yrityksen taloutta tai palveluja vielä muokkaamaan kannattaviksi. Budjetointi on yksi perusasioista yrityksen perustamisessa. Ilman budjetointia rahan käyttämistä olisi liian vaikeaa hallita. Ennen kuin yritys alkaa edes tuottaa, kuluja alkaa syntyä erilaisista hankinnoista. Käyttöomaisuus eli erilaiset investoinnit kuuluvat varsinkin aloittelevan yrityksen budjettiin. Vuoka ja sähkölaskut kuuluvat käyttöpääomaan. Vaihto-omaisuuteen kuuluu varastojen raaka-aineet, joita on oltava ennen kuin yritys käynnistyy. Joten aloittelevalla yrittäjällä on oltava rahaa jo ennen kuin yritys aloittaa toimintansa. Kun yritys alkaa pyörimään, rahaa menee edelleen kaiken laisten kulujen maksamiseen. Rahaa on oltava mm. ostovelkojen maksamiseen ja pankkilainan lyhentämiseen. Myös palkat ja erilaiset vakuutukset on maksettava. Maksuvalmiutta on koko ajan seurattava, ja olisi erittäin hyvä pysyä budjetissa. Yritys alkaa menestymään, kun sen tuotto on isompi kuin edellä mainitut kulut (Raatikainen, L 2012, 138–139).

Perustamme tämän yrityksen kahdestaan kaverini kanssa, ja olemme päättäneet kumpikin sijoittaa tähän 5 000 euroa. Eli omia sijoituksia on yhteensä 10 000 euroa. Olemme suunnitelleet hakevamme pankista lainaa 58 000 euroa. Lisäksi haemme starttirahaa, koska olemme perustamassa uutta yritystä ensimmäistä kertaa. Haemme myös pienyritystukea, koska yrityksessä työskentelee tällä hetkellä ainoastaan kaksi työntekijää. Olen laskenut, että omat sijoitukset, laina ja tuet yhteensä riittäisivät tämän yrityksen perustamiseen ja kattaisivat kaikki tarvittavat kulut. Myyntipäiviä meillä tulee olemaan yhteensä 36 ja festareita tulee yhteensä 13.

Suurin osa rahoituksesta menee myyntipaikkojen vuokriin. Ne ovat hyvin kalliita, vaikka monet paikat sisältävätkin esimerkiksi sähkön ja vesipisteen. Myös erilaisiin investointeihin ja hankintoihin menee rahaa. Raaka-ainekulut ovat myös tärkeää ottaa huomioon. Seuraavaksi erittelen hankinnat ja investoinnit.

## 6.1 Investoinnit ja hankinnat

Työtilaksi ostimme koottavan teltan, mihin asennamme kaiken muun tarvittavan. Monet festarit vuokraavat myyntipaikan lisäksi teltan, mutta hankimme myös oman teltan. Myös kassa on hankittava. Työvälineet hankitaan käytettynä mm. Tori.fi:stä tai muualta netistä. Tarvitsemme rasvakeittimen, keittiövälineitä, säilytysastioita, parilan, kylmäaltaan, kaiuttimen, säkkituoleja, retkituolia ja räsymattoja. Meidän on myös hommittava pakettiauto kaiken tämän kuljettamiseen sekä mahdollisesti myös bensakortti kulujen säästämiseksi sekä tukkukortti saattaa olla ajankohtainen. Tarjoiluastiat on myös hankittava. Aiomme käyttää Naturesse®:sen biohajoavia kertakäyttöastioita. Raaka-ainehankinnat teemme jokaisessa kaupungissa erikseen, emme kuljeta helposti pilaantuneita tuotteita pakettiautossa. Ainoastaan kuiva-aineet kulkevat mukana.

Meillä on erilaisia hankintoja varten varattu 2 500 euroa. Se on laskettu vähän yläkanttiin siltä varalta, että joku maksaakin vähän enemmän. Olemme päättäneet käyttää noin 200 euroa teltan ostamiseen ja 1 000 euroa pakettiautoa varten. Kassakone tulisi maksamaan noin 50 euroa ja kaikki muut hankinnat ruuanlaittoa varten noin 250 euroa. Kaiuttimeen käytämme korkeintaan 40 euroa ja tuoleihin 50 euroa. Mikro, vohvelirauta, jääkaappi ja pakastin meiltä löytyvät omasta takaa. Kaikki nämä ovat sen verran pieniä, että mahtuvat näppärästi mukaan. Räsymattoja minulla löytyy kotona. Toiminimen perustaminen tulisi maksamaan 75 euroa. Tähän kaikkeen menee rahaa 1 665 euroa, ja jäljelle jää vielä 835 euroa. Loput rahat menevät varmaan erilaisiin remontointivälineisiin, mahdollisesti pakettiautoon ja muuhun tarpeelliseen. Alkuvarastomme on 6 000 euroa, ja tällä summalla hankimme raaka-aineet. Pohjakassa on 5 000 euroa.



## 6.2 Laskelmat

### Raaka-aine kulut

Tuotteet olen hinnoitellut raaka-ainekulujen mukaan ja jokainen tuote maksa 6-11 euron välillä. Parhain myyntikate on halvimmassa tuotteessa eli ToiveVohvelissa. Olen suunnitellut päätuotteeksi VegeBurriton ja vaikka tässä tuotteessa on huonoimmat myyntikatteen, sen takia olen suunnitellut sen myyvän eniten. Tähän tuotteeseen olen panostanut hyvin paljon ja hienout kaikkein eniten. VegeBurriton kallis valmistushinta johtuu Burritossa käytettävästä seitanista, jonka kilohinta on 23 euroa. Vegaaniset raaka-aineet ovat hyvin hintavia, sen takia olen joutunut nostamaan hintoja.

VegeBurriton raaka-ainekulut olen laskenut seuraavanlaisesti: Santa Maria Original Wrap Tortilla 0,35 euroa (371g/2,09 euroa), jogurttikastike 0,07 euroa (annos 1,4 euroa, joka riittää noin 20 burritoon), lehtisalaatti noin 0,16 euroa, Viana Seitan 2,30 euroa (200g/5,20 euroa), Old El Paso Salsa Hot noin 0,32 euroa (312g/2,55 euroa) tai guacamole noin 0,65 euroa (valmistus maksaa noin 5 euroa, riittää kahdeksaan burritoon) ja korianteri noin 0,10 euroa (nippu maksaa 1,99 euroa). Tuotelaskelmien muuttuvat kulut on laskettu guacamolen sisältävän VegeBurriton mukaan.

WiHiksen raaka-ainekulut on laskettu seuraavanlaisesti: HoviRuoka Vihis Kasvispiirakka 0,85 euroa (460g/3,29 euroa), Simply V Vegane Genießerscheiben Herbs 0,77 euroa (150g/4,60 euroa), Viana Toscanini kaksi tofunakkia 1,60 euroa (250g/5,5 euroa).

VegeNugettien ja ranskalaisten perunoiden raaka-ainekulut on laskettu seuraavanlaisesti: Apetit kasvisjauhis vegenugget 0,90 euroa (240g/2,69 euroa), K-menu ranskanperunat noin 0,24 euroa (1000g/1,20 euroa) ja mausteet noin 0,5 euroa.

ToiveVohveleiden raaka-ainekulut on laskettu seuraavanlaisesti: kauramaito 0,52 euroa (litra/ 1,74 euroa), öljy noin 0,50 euroa, vehnäjauhot noin 0,15 euroa, Schlagfixin "kermavaahto" 0,27 euroa (tölkki/2,69 euroa) Plamil-suklaalevite 0,60 euroa (purkki/4,29 euroa). Tästä taikinasta saa kuusi vohvelia. Yhteen annokseen tulee kaksi vohvelia ja täytteet.

Kappalehinnat on pyöristetty kahden desimaalin tarkkuuteen.

Sain raaka-ainekulut laskettua mahdollisimman pieniksi, mutta burritoon joudun silti käyttämään aika paljon kuluja. Vegaaniruoka on tällä hetkellä suhteellisen kallista, joten enempää en voinut laskea kuluja. Vegaaniruuan kalliista hinnasta johtuen juuri seitan vie ison osan raaka-ainekuluista. Myydyt kappalemäärät ovat vain arvioita, todellisuudessa ne voivat olla jotain ihan muuta. Mutta nämä luvut on arvioitu festareiden kävijämäärän perusteella, joka on keskimäärin noin 50 000 kävijää. Paras kate on vohveleilla, koska raaka-aine kulut ovat tässä annoksessa pienet.

[illegible]

Aiomme palkata minun ja kaverini lisäksi kaksi muuta työntekijää, joille maksamme palkkaa 15 euroa per tunti. Työtunteja me teemme tietenkin enemmän. Näin alustavasti olen suunnitellut, että kaksi muuta työntekijää tekee noin 150 tuntia per työntekijä, yhteensä 300 työtuntia. Koska myyntipäiviä ei ole kuin 36 päivää yhteensä, on meidän myytävä mahdollisimman paljon, että saamme kaiken maksettua ja rahaa jäisi vielä jonkun verran taskuun.

## Kannattavuuslaskelma

	€	%
<b>Myyntituotot</b>	579 500	114,0 %
-Alv	71 167	14,0 %
<b>Liikevaihto</b>	508 333	100 %
- Muuttuvat kulut	165 400	
<b>Myyntikate</b>	342 933	<b>67,5 %</b>
- Henkilöstökulut	12 960	2,5 %
<b>Palkkakate</b>	329 973	<b>64,9 %</b>
-Kiinteät kulut yhteensä	57 435	11 %
Vuokra	47 000	9 %
Energia	500	
Markkinointi	200	
Hallinto	1 000	0 %
Vakuutukset	3 000	1 %
Sekalaiset	500	
Poistot	5 235	1 %
<b>Käyttökate</b>	272 538	<b>53,6 %</b>

**Tuntipalkka** **15** €/h  
sis. sotu

	Tunnit	
Työntek. 1	282	h
Työntek. 2	282	h
Työntek. 3	150	h
Työntek. 4	150	h
		h
		h
		h
		h
		h
		h
		h
		h
Yht	864,0	h

## Rahoituslaskelma

Koneet ja kiinteistö kuuluvat poistoihin, ja niitä kertyykin 445 euroa. Pohjakassa on 5 000 euroa ja alkuvarastoa on pakko olla jonkun verran, että liiketoiminta voidaan aloittaa. Pankkilainan lyhennys on 5 800 euroa. Kun nämä kaikki lasketaan yhteensä, tarvitsemme rahaa ainakin 19 300 euroa.

Käyttökate muodostuu, kun liikevaihdosta poistetaan muuttuvat kulut, kiinteät kulut ja henkilöstökulut. Liikevaihto on 508 333 euroa ja kun nämä vähennykset on tehty, jäljelle jää 272 538 euroa.

Tästä otetaan vielä poistot ja korkokulut ja sen jälkeen jää summa ennen veroja. Välittömiä veroja lähtee 20 % pois, ja sen jälkeen jäljelle jää nettotulos, joka on 215 355 euroa. Rahoitustulos saadaan summaamalla yhteen nettotulos ja poistot. Sen jälkeen lasketaan kaikki rahan lähteet yhteen ja vähennetään rahan tarve, niin saadaan yli/alijäämätulos, joka kertoo, miten paljon rahaa meillä on käytettävissä. Laskelmat näyttävät lupaavilta ensimmäisen vuoden jälkeen. Tietysti tuloksien pitäisi parantua vuosien mittaan.

Kannattavuus/tuloslaskelma			Rahan käyttö		
= toiminnan (myynnin kannattavuus)					
Liikevaihto	508 333	100	Investoinnit		poisto% poisto e
- muuttuvat kulut	165 400		Koneet ja laitteet	1 500	25 % 375
Myyntikate	342 933	67,5	Pakettiauto	1 000	7 % 70
- henkilöstökulut	12 960				0 % 0
Palkkakate	329 973	64,9			0 % 0
- kiinteät kulut	57 435		Käyttöpääoma		yht 445
Käyttökate	272 538	53,6	Pohjakassa	5 000	
- poisto	445		Alkuvarasto	6 000	
Liiketulos	272 093	53,5			
Korkokulut	2 900		Lainanlyhennykset		
Tulos ennen veroja	269 193	53,0	Pankkilaina lyh.	5 800	
Välittömät verot 20%	53 839		Rahan tarve yht	19 300	
Nettotulos	215 355	42,4			

Rahan lähteet			
		korko	lyhennys/v
Oma sijoitus	10 000	5 %	10
Pankkilaina	58 000	2 900	5 800
Avustus	2 000		
nettotulos+poistot=	Rahoitustulos	215 800	
	<b>Rahan lähteet yht</b>	<b>285 800</b>	
Yli/alijäämä		266 500	

Lähde: Digikirja: [www.selandero.fi](http://www.selandero.fi)

### 6.3 Festariaikataulu

Koska emme ole varmoja, milloin perustamme yrityksen, laadin aikataulun ensi kesälle. Monet festarit eivät ole vielä julkaisseet esiintymispäiviä, mutta myyntipäivät pystyn laskemaan.

#### Kesäkuu

Rockfest: 6.-9.6. (4 päivää)

Lappeefest: 15.-17.6. (3 päivää)

Himosjuhannus: 21.-23.6. Jämsä (3 päivää)

Provinssi: 28.-30.6. Seinäjoki (3 päivää)

#### Heinäkuu

Ruisrock: 6.-8.7. Turku (3 päivää)

Ilosaarirock: 13.-15.7. Joensuu (3 päivää)

Tammerfest: 19.-21.7. Tampere (3 päivää)

Kuopio Rockcock 26.-28.7. Kuopio (3 päivää)

#### Elokuu

Weekend Festival: Ei vielä päiviä tiedossa, Helsinki (2 päivää)

Flow Festival: 10.-12.8. (3 päivää)

Blockfest: Ei vielä päiviä tiedossa, Tampere (2 päivää)

We Love The 90's: Ei vielä päiviä tiedossa, Helsinki (2 päivää)

## Syyskuu

Seinäjoki Hiphop Festival: Ei vielä päiviä tiedossa, Tampere (2 päivää)

## **Yhteensä 36 myyntipäivää**

## 7 RISKIT

Omassa yrityksessä on aina omat riskinsä, kuten yritysmailmassa muutenkin. Sen takia riskit on hyvä kartoittaa ja ne on hyvä tiedostaa. Koska kyseessä on ensimmäinen oma yritys, riskit saattavat olla vielä isommat. Kokematon yrittäjä ei välttämättä osaa tiedostaa tai hallita riskejä yhtä hyvin kuin kokenut yrittäjä. Jos yrityksen talousasioita ei osaa hoitaa oikein, kaikkein pahin riski on ajautua konkurssiin. Tässä tilanteessa tuomioistuimien tuomitsee henkilön tai yrityksen kyvyttömäksi maksaa lainojaan tai velkojaan takaisin. Mutta omassa yrityksessä on myös muita riskejä. Yritys ei aina kannata, ja silloin sijoittajat alkavat menettää rahojaan. Siinä vaiheessa yrityksen on tehtävä joku muutos strategiassaan ja toiminnassaan. Tämän takia ennen yrityksen perustamista on hyvä tehdä kannattavuus- ja rahoituslaskelmia, jotta voidaan huomata ajoissa yrityksen taloudelliset heikkoudet. Tietenkään nämä laskelmat eivät ole täsmälleen paikkansa pitäviä ja aina jokin voi mennä vikaan, mutta nämä laskelmat ovat hyvin suuntaa antavia. Myös hyvä markkinointisuunnitelma ja erinomainen tuote takaavat menestyksekkään yrityksen. Yritykselle voi tapahtua myös jonkinlaisia ulkoisia vahinkoja, esimerkiksi tulipalo tai vesivahinko. Näihin on hyvä varautua erilaisilla vakuutuksilla ja turvatoimilla. Myös mahdolliset rikokset, kuten ryöstö, tai henkilövahingot ovat mahdollisia riskejä. Huolellisuus on yleensä paras ennaltaehkäisevä toimenpide näihin riskeihin (Raatikainen, L 2012, 102–105).

## 8 OPINÄYTETYÖN MERKITYS JA TOTEUTUS

### 8.1 Merkitys

Uskon, että tällä työllä on ollut varsinkin minulle itselle hyvin paljon hyötyä. Opin oman yrityksen perustamisesta ja mitä kaikkea se tulee vaatimaan. Täytyy osata tehdä laskelmia, jotta yritys olisi kannattava. Myös erilaisten lupien hakeminen on vähän tutumpaa tämän jälkeen. Olen myös joutunut pohtimaan erilaisia markkinointimenetelmiä sekä tehnyt yritykselle taloussuunnitelmaa. Oman yrityksen perustaminen vaatii pitkäjänteisyyttä ja todella paljon aikaa. Aikataulutus on hyvin oleellinen seikka, jotta yritys alkaa tuottamaan rahaa ajoissa. Kun vihdoin pääsemme perustamaan VeGeWishin, opin yrityksen perustamisesta käytännössä. Luulen myös, että saan lisää kokemusta asiakaspalvelusta tulevana kesänä. Luulisin, että yrittäjänä asiakaspalveluun panostaa ihan eri tavalla kuin rivityöntekijänä. Tämän opinnäytetyön ansiosta pääsin myös perehtymään ja tutkimaan paremmin vegaaniruokavaliota ja sen ilmiöitä.

Vegaaninen ruokavalio on yhä nouseva trendi, ja sen lisäksi monen ihmisen arkielämää. Olen päässyt tutustumaan uusiin ihmisiin, joilla on vegaaninen ruokavalio, ja ihmisiin, joita tämä kiinnostaa ja johon he pyrkivät. He ovat kertoneet monia syitä ja ihan uusia asioita sekä faktoja, mistä en aikaisemmin ole tiennyt. Siksi minusta olisi mahtavaa pystyä tarjoamaan heille vegaanista mättöruokaa, ihan omaa luokkaa olevaa festarisafkaa. Olisi hienoa päästä mahdollistamaan heille 100 %:sen festarikokemuksen, mihin ei liity vain musiikki ja ihmiset, vaan myös ruoka ja eettisyys. Kuitenkaan ruokakojun menu ei sulje muita ruokavalioita välttämättä pois, koska tämä ruoka sopii myös kasvissyöjille sekä lihan-syöjille. Tämä ruoka sopii kaikille. Ruoka on kuitenkin asia, mitä jokainen meistä tarvitsee ja se on välttämätöntä. Mutta samalla sen pitää olla myös hyvää ja nautittavaa. Ja tähän minä pyrin.

## 8.2 Toteutus

Kesällä 2016 keksimme kaverini kanssa idean omasta yrityksestä. Halusimme kokea oman yrityksen perustamisen sekä päästä kiertelemään Suomen festareita. Siinä vaiheessa tuoteidea ei ollut kehittynyt vielä näin pitkälle, koko yritys oli vain lähinnä ajatuksena meidän päässä. Tosin kokosimme kesän aikana listan asioista, mitä kaikkea meidän pitäisi tehdä. Päätimme silloin saada yrityksen toimintaan kesällä 2017. Kun palasin sitten syksyllä kouluun, opinnäytetyön suunnittelu ja aiheen valinta tuli ajankohtaiseksi. Silloin päätin tehdä tästä aiheesta opinnäytetyön. Syksyn aikana tapahtui opinnäytetyön suunnittelua ja minun oli alun perin tarkoitus alkaa kirjoittamaan sitä keväällä 2017. Mutta sitten sain harjoittelupaikan Helsingistä ja muutto oli edessä. Harjoittelun jälkeen pääsin samaan paikkaan töihin vakituisesti. Opinnäytetyön kirjoitus siirtyi. Samalla päätimme kaverini kanssa lykätä WeGe-Wishin perustamista ainakin vuodella, koska elämäntilanne ei antanut kummallekaan myöten. Päätin silti jatkaa aiheessani, se vain muokkautui vähän. Sen sijaan että olisin raportoinut yrityksen perustamisesta, päätin luoda yrityksen paperille. Tämä tuntui hyvältä päätökseltä. Kesä meni töiden parissa, eikä silloin oikein muutenkaan jaksanut keskittyä kouluun. Kuitenkin jaksoin patistaa itseäni vähän ja heinäkuussa aloittelin jo hieman tätä opinnäytetyötä. Elokuussa aloitin kirjoittamisen ihan kunnolla ja koko tämä syksy onkin mennyt opinnäytetyön parissa. Olen todella paljon jäljessä opinnäytetyöstä, mutta se minua ei haittaa. Koen, että tällä tavalla idea sai kypsyä tarpeeksi ja opinnäytetyö kehittyi nykyisen mukaiseksi.

Reseptit:

**VegeBuritto 11€ (257g)**

Iso tortillapohja

Jogurttikastike (vegaaninen): 2 dl maustamatonta soijajogurttia, yksi valkosipulin kynsi, 1 tl suolaa, reilusti mustapippuria, nippu tuoretta minttua. Tästä annoksesta riittää noin 20 burrittoon.

Ohje: Pilko minttu ja valkosipuli ja sekoita aineet keskenään. Anna maustua pari tuntia.

Lehtisalaatti

Paistettua seitania (100g)

Guacamole/salsa

Korianteri

Annos sisältää yhden ison VegeBurriton. Asiakas voi halutessaan valita joko tulisemman version salla tai miedomman version guacamolella.

**WiHis 9,5€ (223g)**

Vihis (kasvispiirakka)

Juusto (vegaaninen)

Pari nakkia (vegaaninen)

Mausteet:

Sipuli

suolakurkkua

Tomaattiviipale

Majoneesi (vegaaninen)

Ketsuppi

Sinappi

Murskattu valkosipuli

Annos sisältää yhden WiHiksen kahdella nakilla, juustoviipaleen ja vapaavalinnaiset mausteet.



### **VegeNugetit ja ranut 8€ (400g)**

Nugetit (vegaaninen) (80g)

Ranskalaiset perunat (200g)g

Mausteet:

Sipuli

Suolakurkkua

Tomaatti

Majoneesi (vegaaninen)

Ketsuppi

Sinappi

Murskattu valkosipuli

Annos sisältää kahdeksan kappaletta nugetteja, ison kourallisen ranskalaisia ja vapaavalinnaiset mausteet.

### **ToiveVohvelit 6€ (568g)**

Resepti on löydetty Vegaaniliiton sivuilta.

3 dl kauramaitoa

0,5 dl öljyä

2 rkl sokeria

0,5 tl suolaa

2 tl vaniljasokeria

1 tl leivinjauhetta

2,5 dl vehnäjauhoja

Täytteet:

”Kermavaahto”

Appelsiinin makuinen suklaalevite

Lisäksi pakastemarjoja

Annos sisältää kaksi vohvelia, suklaalevitteen sekä ”kermavaahtoa” Halutessaan asiakas voi pyytää myös marjoja päälle.

(Vegaaniliitto Ry. 2013.)

Lisäksi myymme myös virvoitusjuomia ja pullovettä 3 euroa/kpl.

(3.2 Tuotetestaus)

## 10 LÄHTEET

YMPÄRISTÖKESKUS. 2015. 7 kysymystä elintarvikkeiden ulkomyyntistä. [viitattu 2017 -7 -17]. Saatavissa: <http://www.ymparistotalolta.fi/7-kysymysta-elintarvikkeiden-ulkomyyntista/>

PARENTTI-JA REKISTERIHALLITUS. 2017. Yksityisen elinkeinonharjoittajan ("toiminimen") perustamisilmoitus. [viitattu 2017 -9 -4]. Saatavissa: <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/perustaminen.html>

HELSINGIN KAUPUNKI. 2017. Liikkuvat elintarvikehuoneistot, rekisteröinti ja tiedottaminen. Saatavissa: <https://www.hel.fi/helsinki/fi/asuminen-ja-ymparisto/elintarvikevalvonta-ja-ymparistoterveys/ulkomyynti/>

TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ. Elintarvikkeet. [viitattu 2017 -9 -18]. Saatavissa: <https://yrityssuomi.fi/elintarvikke>

TILASTOKESKUS. 2002. 55303 Ruokakioskit. [viitattu 2017 -10 -10]. Saatavissa: <http://tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2002/55303.html>

VEGAANILIITTO RY. 2013. Vohvelit. [viitattu 2017 -9 -5]. Saatavissa: <http://www.vegaaniliitto.fi/www/fi/arki/ruoka/reseptit/vohvelit>

MISAT TIKKIIN. 2016. Ruuan myynti festareilla. [viitattu 2017 -9 -24]. Saatavissa: <https://misattikkiin.com/2016/09/14/ruuan-myynti-festareilla/>

SELANDER OY. Hinnottelu, kannattavuus ja liiketoiminta. [viitattu 2017 -10 -29]. Saatavissa: <http://www.selandero.fi/fi/fi/materiaalit/>

TERVO, T. 2016. Mikä taantuma? Päiväennätyksiä, kaikkien aikojen kävijämääriä... – Näin festarit ovat vetäneet yleisöä. [viitattu 2017 -10 -30]. Saatavissa: <http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/414746-mika-taantuma-paivaennatyksia-kaikkien-aikojen-kavijamaaria-nain-festarit-ovat>

MT COMPANY OY. 2017. Naturesse®. [viitattu 2017 -8 -25]. Saatavissa: <http://www.mtcoy.fi/naturesse/>

EVIRA. 2017. Elintarvikehuoneistot. [viitattu 2017 -7 -17]. Saatavissa: Lähde: elintarvike huoneistot evira: <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikehuoneistot/>

LIMOR OY. 2010. Arvot, missio, visio ja strategia. [viitattu 2017 -10 -29]. Saatavissa: <https://www.puohiniemi.fi/palvelut/arvot-missio-visio-ja-strategia.html>

YRITTÄJÄT. Yritystuet. [viitattu 2017 -10 -29]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/lapin-yrittajat/ylitornion-yrittajat/a/ylitornion-yrittajat/rajayrittajan-abc/yritystuet-314647>

S-KANAVA.FI. Osuusmaksu on sijoitus osuuskaupan pääomaan. [viitattu 2017 -11 -04]. Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s/osuusmaksu>

PIRI, O-J. 2015. Kasvissyöjä – Nämä ovat parhaat proteiininlähteet. [viitattu 2017 -11 -05]. Saatavissa: <http://www.terve.fi/ruokavaliot/81243-kasvissyoja-nama-ovat-parhaat-proteiininlahteet>

OPETUSHALLITUS. SWOT-analyysi. [viitattu 2017 -10 -29]. Saatavissa: [http://www.oph.fi/saadokset\\_ja\\_ohjeet/laadunhallinnan\\_tuki/wbl-toi/menetelmia\\_ja\\_tyovalineita/swot-analyysi](http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi)

PENDOLIN, H. 2015. Näin laadit tuotestrategian. [viitattu 2017 -11 -10]. Saatavissa: <http://www.prodman.fi/nain-laadit-tuotestrategian>

RAATIKAINEN, L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy, 77-78, 86, 102–105, 138–139,.

LEHTOVAARA, T. 2017. Vaihtoehdot lihalle. Helsinki: Bookwell Oy, 12–13.

HEIKKILÄ, P. ja VILJANEN, R. (toim.) 2000. Yritystoiminta hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. Juva: WS Bookwell Oy, 94-96, 96-97, 97-98, 105–111, 111-113, 118-142.

JÄNTTI, E. 1997. Vegaanin käsikirja – Ravintoa ilman eläinkunnan tuotteita. Painotalo Miktor, 5-9.

BERKOFF, N. 2001. Vegan Meals for One or Two – Your own Personal Recipes. Baltimore: The Vegetarian Resource Group, 9-11.

RATIKAINEN, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy, 59-63.

Digikirja: [www.selandero.fi](http://www.selandero.fi).